

Dat gaat nooit via internet.....

Door Drs. Maurice de Hond, general partner ICOM, Internet Competence Network

Heel vaak heb ik de afgelopen 4 jaar bij mijn lezingen over de grote te verwachte gevolgen van internet te horen gekregen dat internet natuurlijk voor die en die toepassing belangrijk kan worden, maar dat “in ons vak de klanten toch altijd.....”. En dan volgde hetzij “willen toch altijd het product eerst zien en aanraken voordat men het koopt” of “stelt toch altijd prijs op een adviseur, een mens van vlees en bloed, voordat men die dienst afneemt”.

En elke keer weer probeer ik dan uit te leggen dat het een hele statische manier is om tegen de ontwikkelingen in de wereld aan te kijken. Net alsof de afgelopen vijftig jaar de relatie tussen klant en leverancier in vrijwel elk vakgebied niet ingrijpend is veranderd. Door technologische ontwikkelingen, zoals de computer, telefoon en televisie en de massale verspreiding daarvan is zowel de bedrijfsvoering van bedrijven ingrijpend veranderd, maar ook de wijze waarop men met de klant omgaat. Waren de contacten vijftig jaar geleden vooral persoonlijk (in de winkel, op kantoor, bij de mensen thuis), inmiddels is een groot deel der contacten niet meer fysiek. Men heeft tegenwoordig in heel veel bedrijfstakken beduidend meer contact via telefoon, fax, post dan dat men elkaar rechtstreeks in de ogen kijkt.

In de USA is al goed te zien hoe ingrijpend de gevolgen van internet zijn. Niet alleen wordt een steeds groter deel der telefonische en fax contacten via internet afgewikkeld ook is er een duidelijke trend waarneembaar dat internet ook ten dele een vervanging is van het fysiek bezoeken van de leverancier. In meer dan 50% van de particuliere aankopen van aandelen wordt internet gebruikt. Bij de autoaankopen wordt in het oriëntatieproces al voor 25% internet gebruikt. En afgelopen kerst is meer dan 25% der kerstaankopen van mensen met een internetaansluiting via internet verlopen.

De grote stijging van het gebruik van internet komt doordat het zowel voor de klant als de leverancier grote voordelen biedt t.o.v. traditionelere methoden. Aan de kantzijde neemt de tijd die het kost om contact op te nemen met de leverancier aanzienlijk af. Enerzijds omdat via internet een bedrijf 24 uur per dag open is en anderzijds dat je niet zoals bij telefonisch contact lang moet wachten, veel wordt doorverbonden of dat blijkt dat de persoon die je moet hebben in gesprek is, in vergadering is, net even is lunchen of een ATV dag heeft. Het voordeel aan de kant van de aanbieder lijkt nog groter te zijn. De kosten om klanten via internet te helpen zijn aanzienlijk lager, terwijl dat dus niet ten koste gaat van de klanttevredenheid (tenminste als je internet goed gebruikt en niet denkt dat het alleen een soort veredelde brochure is).

Mijn voorspelling is dat binnen vijf jaar op elke plek waar nu de telefoon binnen het bedrijfsleven een belangrijke rol speelt, internet een groot deel van die rol heeft overgenomen. En dat de virtuele adviseur op internet een sterk alternatief wordt voor de menselijke adviseur. De zaken die nu nog als een probleem worden gezien, zoals “de computer is moeilijk te gebruiken”, “de congestie op internet”, “internet is niet veilig” enz. zullen dan slechts gezien worden als de normale problematiek in een opstartfase van technologie. En als er een sector is waar internet de bestaande structuur geheel op z'n kop zal zetten dan is het de sector van de financiële dienstverlening, met de markt voor hypotheek als een belangrijk onderdeel.